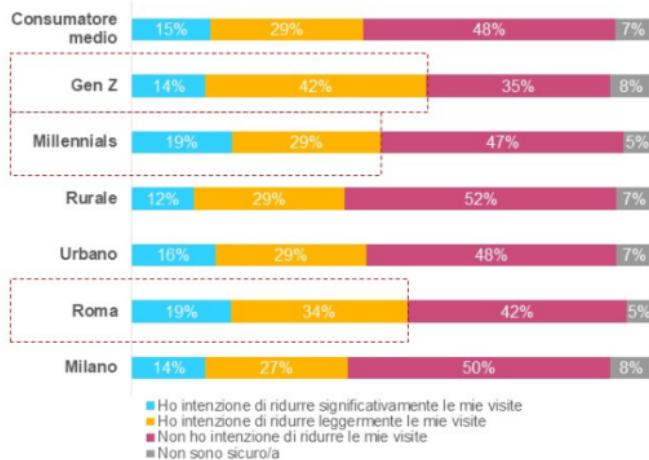


# Il nuovo Codice della Strada cambia le abitudini di consumo: il 46% degli italiani prevede di uscire meno

scritto da Redazione Wine Meridian | 11 Marzo 2025

**In termini di affluenza, circa 1 consumatore su 2 ha intenzione di ridurre la frequenza delle visite nei locali**

Ha intenzione di cambiare la frequenza con cui visita bar o locali simili a causa delle nuove normative?



**NIQ CGA**



*L'entrata in vigore del nuovo Codice della Strada, il 14 dicembre 2024, sta influenzando i consumi nel settore HoReCa. Secondo un'indagine CGA by NIQ, il 46% degli italiani ridurrà le uscite serali. La Gen Z predilige alternative analcoliche e No/Low alcol. Il settore dovrà adattarsi con strategie mirate e nuovi modelli di offerta.*

In seguito all'entrata in vigore del nuovo Codice della Strada, avvenuta il 14 dicembre 2024, CGA by NIQ ha

condotto **un'indagine** per comprendere i **possibili effetti sui consumi nel settore HoReCa in Italia**. La ricerca si pone l'obiettivo di individuare quali saranno le principali sfide e opportunità per il settore, identificando non solo i profili dei consumatori più inclini a modificare le proprie abitudini, ma anche le strategie da mettere in atto in risposta al nuovo quadro normativo.

Leggi anche: [\*Portami a Casa: l'iniziativa per il vino in nome della sicurezza stradale\*](#)

Dallo studio, innanzitutto, si evince come, nel Bel Paese sia altamente diffusa la consapevolezza dell'entrata in vigore della norma stradale, e quasi la metà del campione raggiunto (46%) prevede di modificare le proprie abitudini di consumo e socializzazione. Dichiarazione particolarmente valida per i **Millenials** (49%) e i **milanesi** (55%).

Inoltre, tra i maggiori effetti che ci si aspetta vi è sicuramente la **riduzione di affluenza nei locali**: il **44% degli italiani**, infatti, è intenzionato a moderare la frequenza delle uscite in bar e ristoranti. Tale affermazione trova consenso soprattutto tra i giovani della **Gen Z** (+12pp) e tra gli abitanti di **Roma** (+9pp) e **Milano** (+3pp) – note per la movida e la cultura del bere in compagnia.

Tra coloro che dichiarano di voler cambiare le proprie abitudini, il **37% dei consumatori** è più propenso a optare per le **alternative analcoliche** – come ad esempio le bibite – trend trainato ancora una volta dalla **Gen Z** (+7pp) e meno diffuso, invece, tra i **Millenials** (-6pp) che tendono a preferire una riduzione del consumo di alcol, ma senza sostituirlo con categorie analcoliche. In questo contesto emerge, in particolare tra la **Gen Z** (+6pp) e i **Millenials** (+5pp), un'ulteriore dinamica: la propensione verso alternative **No/Low alcol**, cioè quelle bibite dealcolate, come la birra 0% alcol e i mocktails – ovvero bevande che imitano i cocktail classici ma senza l'uso di alcol.

Prendendo in esame i dati, la **Gen Z** sembra quindi distinguersi per un atteggiamento più cauto e consapevole nei confronti dei consumi fuori casa. Un grande cambiamento per il settore HoReCa, chiamato a intercettare nuove esigenze e ad adattare la propria offerta a un pubblico sempre più consapevole e selettivo.

*Leggi anche: [Bere consapevole e sicurezza stradale: la risposta di ONAV alle nuove regole](#)*

“L’entrata in vigore del nuovo Codice della Strada potrebbe rappresentare un momento di cambiamento per il settore HoReCa, con sfide da affrontare ma anche nuove opportunità da cogliere – ha dichiarato **Beatrice Francoli, Sales Account Development di CGA by NIQ** – In momenti come questi, è fondamentale comprendere a fondo le dinamiche di mercato e le trasformazioni in atto, affinché i player possano adattarsi in modo efficace, rivedendo le proprie strategie di approccio ai consumatori. Premiumizzazione, marketing mirato, posizionamento strategico dei prodotti e piani promozionali innovativi sono solo alcune delle leve che i brand potrebbero adottare nel prossimo futuro”.

*Leggi anche: [Il nuovo Codice della Strada frena la vendita di alcolici nei ristoranti: ristoratori in difficoltà](#)*

---

## Punti chiave

1. **Il 46% degli italiani ridurrà le uscite**, con percentuali più alte tra Millennials (49%) e milanesi (55%).
2. **Il 44% degli italiani diminuirà la frequentazione di bar e ristoranti**, impattando la movida di Roma e Milano.
3. **La Gen Z (+7pp) favorisce bevande analcoliche**, mentre i Millennials (-6pp) preferiscono ridurre il consumo senza alternative sostitutive.

4. **Cresce l'interesse per opzioni No/Low alcol**, come birra 0% e mocktails, soprattutto tra Gen Z (+6pp) e Millennials (+5pp).
5. **Il settore HoReCa deve adattarsi con premiumizzazione**, marketing mirato e strategie di posizionamento per rispondere ai nuovi trend di consumo.